

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра економіки і торгівлі

СИЛАБУС
вибіркового освітнього компонента
ЕКОНОМІКА ТА МЕДІА

підготовки бакалавра

Луцьк – 2026

Силабус освітнього компонента «ЕКОНОМІКА ТА МЕДІА» підготовки бакалавра (першого рівня освіти)

Розробник: Єлісеєва Л. В., професор кафедри економіки і торгівлі, доктор економічних наук, професор

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми

Аналітична економіка:



Сур'як А. В

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри економіки і торгівлі

протокол № 6 від 12.01.2026 р.

Завідувач кафедри:



Павлова О. М.

I. Опис освітнього компонента

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Денна форма здобуття освіти	05 Соціальні та поведінкові науки 051 Економіка Аналітична економіка Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти	Вибірковий
Кількість годин / кредитів 150/5		Рік навчання – 3
ІНДЗ: <u>немає</u>		Семестр – 5
		Лекції – 10 год.
		Практичні – 20 год.
		Самостійна робота – 110 год.
Мова навчання	Консультації – 10 год.	
	Форма контролю: залік	
		Українська

II. Інформація про викладача

Прізвище, ім'я та по батькові – Єлісеєва Людмила Володимирівна
Науковий ступінь – доктор економічних наук
Вчене звання – професор
Посада – професор кафедри економіки і торгівлі
Контактна інформація: +380950217570, Yelisieieva.Liudmyla@vnu.edu.ua
Дні занять: <https://ps.vnu.edu.ua/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

III. Опис освітнього компонента

1. Анотація освітнього компонента.

Силабус вибіркового освітнього компонента «Економіка та медіа» складено з урахування можливостей формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача освіти першого рівня освіти бакалавр. Освітній компонент «Економіка та медіа» досліджує взаємозв'язок між економічними процесами та медіаіндустрією. Курс охоплює теоретичні основи економіки медіа, моделі монетизації, вплив технологій на розвиток медіа, а також роль медіа у формуванні громадської думки, економічної поведінки та ринкових процесів. Здобувачі освіти отримають комплексне розуміння економічних механізмів у сфері медіа та навички аналізу їхнього впливу на суспільство і бізнес.

2. Мета і завдання освітнього компонента.

Мета освітнього компонента – формування у здобувачів освіти системних знань про економічні основи медіаіндустрії та розвиток умінь аналізувати економічні процеси в медіасередовищі, а також використання медіа як інструменту впливу на економіку та суспільство.

Основними завданнями вивчення освітнього компонента є ознайомити здобувачів освіти з базовими поняттями та структурами економіки медіа; проаналізувати моделі монетизації медіа та особливості цифрової трансформації індустрії; розглянути роль медіа у формуванні споживчої поведінки, громадської думки та економічних ринків; вивчити економічні аспекти виробництва, розповсюдження та фінансування медіаконтенту; розвинути навички критичного мислення та аналізу економічних процесів у сфері медіа.

3. Soft skills.

Під час опанування цього освітнього компонента у здобувачів освіти формуються такі soft skills: критичне та аналітичне мислення, системне й абстрактне мислення, здатність до навчання впродовж життя, проблемно-орієнтоване прийняття рішень в умовах невизначеності, дослідницькі навички, міждисциплінарна взаємодія, адаптивність та професійна відповідальність.

4. Структура освітнього компонента

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	*Форма контролю / Бали
Змістовий модуль 1. Економічні аспекти медіа індустрії						
Тема 1. Вступ до економіки медіа: основні поняття і структура ринку.	6	1	-	5	-	-
Тема 2. Моделі монетизації в медіа: реклама, підписки, контент та інше.	9	1	2	5	1	О, ДС / 10
Тема 3. Економіка цифрових медіа: особливості та виклики.	5	-	-	5	-	-
Тема 4. Роль медіа в формуванні попиту і споживчої поведінки.	8	-	2	5	1	О, ДС / 10
Тема 5. Бізнес-моделі медіа-компаній: традиційні та інноваційні.	6	-	-	5	1	-
Тема 6. Вплив технологій на структуру медіаіндустрії.	8	1	2	5	-	О, ДС / 10
Тема 7. Медіареклама: економіка, ефективність, тренди.	9	1	2	5	1	О, ДС / 10
Тема 8. Ринок медіапослуг: конкуренція і співпраця.	5	-	-	5	-	-
Тема 9. Економіка виробництва та розповсюдження контенту.	6	-	-	5	1	-
Тема 10. Фінансування медіа: джерела, моделі та виклики.	7	-	2	5	-	О, ДС / 10
Разом за модулем 1	69	4	10	50	5	50
Змістовий модуль 2. Медіа як інструмент економічного впливу та комунікації						
Тема 11. Роль медіа у формуванні громадської думки щодо економіки.	9	1	2	6	-	О, ДС / 10
Тема 12. Медіа і політика: економічний вплив інформації.	8	1	-	6	1	-
Тема 13. Вплив новинних медіа на фінансові ринки.	7	1	-	6	-	-
Тема 14. Економічна грамотність та роль медіа у її формуванні.	9	1	2	6	-	О, ДС / 10
Тема 15. Медіа і брендинг: створення цінності компаній через комунікації.	10	2	2	6	-	О, ДС / 10
Тема 16. Соціальні мережі як платформи економічної взаємодії.	7	-	-	6	1	-
Тема 17. Вплив медіа на споживчий вибір та ринкові тренди.	6	-	-	6	-	-
Тема 18. Етика в медіа та її значення для економіки.	7	-	-	6	1	-
Тема 19. Кризові комунікації в економіці: роль медіа у подоланні криз	9	-	2	6	1	О, ДС / 10
Тема 20. Майбутнє медіаіндустрії: економічні перспективи і виклики.	9	-	2	6	1	О, ДС / 10
Разом за модулем 2	81	6	10	60	5	50
Всього годин / Балів	150	10	20	110	10	100

Форми контролю*: О – опитування, ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв’язування задач/кейсів, ІНДЗ/ІРС – індивідуальне завдання/індивідуальна робота здобувача освіти, РМГ – робота в малих групах, МКР/КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, Р – реферат, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору тощо.

IV. Політика оцінювання

Політика щодо відвідувань занять: відвідування занять є обов'язковим. Здобувачі освіти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених силабусом. Пропущені заняття відпрацьовувати у визначений час згідно затвердженого графіка.

За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, участь в наукових заходах тощо) навчання може відбуватись в цей період в онлайн формі або за індивідуальним планом за погодженням із викладачем.

Здобувач освіти повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь в освітньому процесі.

Політика щодо зарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти визначається Положенням про визнання результатів, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у Волинському національному університеті імені Лесі Українки (<http://surl.li/qbxvmw>).

Політика щодо академічної доброчесності окреслюється Положенням про систему запобігання та виявлення академічного плагіату в науковій та навчальній діяльності здобувачів вищої освіти, докторантів, науково-педагогічних і наукових працівників Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/jntduw>) та Кодексом академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/aagxg>).

Політика щодо дедлайнів та перескладання: у випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право відпрацьовувати пропущені заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми.

Політика щодо додаткових (бонусних) балів: здобувачам освіти можуть бути присуджено додаткові (бонусні) бали, які зараховуються як результати поточного контролю максимум 15 балів за такі види робіт: опубліковану наукову статтю у фахових виданнях України чи рецензованих закордонних журналах – 10 балів; публікацію тез – з виступом на конференції 5 балів, без виступу – 3 бали; підготовку та участь у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 7 балів; перемогу у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 15 балів; подачу проектних заявок на участь в студентських програмах обміну, стипендійних програмах, літніх та зимових школах тощо – 7 балів.

V. Підсумковий контроль

Порядок організації поточного та підсумкового контролю знань здобувачів освіти регламентується Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки від 26.06.2025 р. (<https://surl.li/cc/fgmabz>).

Семестровий залік виставляється здобувачам освіти на підставі результатів виконання усіх видів запланованої навчальної роботи протягом семестру за 100-бальною шкалою. У дату складання заліку викладач записує у відомість суму поточних балів, які здобувач освіти набрав під час поточної роботи (шкала від 0 до 100 балів).

У випадку, якщо здобувач освіти протягом поточної роботи набрав менше як 60 балів, він складає залік під час ліквідації академічної заборгованості. У цьому випадку бали, набрані під час поточного оцінювання, анулюються.

Перездача підсумкового контролю освітнього компонента проводиться у вигляді письмової відповіді на одне теоретичне питання (30 балів) та розв'язку двох ситуаційних вправ – по 35 балів кожне). Максимальна оцінка за залік – 100 балів.

Терміни проведення підсумкового семестрового контролю встановлюються графіком освітнього процесу.

Залік проводиться згідно із затвердженим розкладом, усно і передбачає відповіді на 3 питання з поданого переліку.

Питання, завдання заліку.

1. Поясніть основні поняття та структуру ринку медіа.
2. Розкрийте різні моделі монетизації медіа та їхні особливості.
3. Охарактеризуйте економіку цифрових медіа та її відмінності від традиційної.
4. Поясніть роль медіа у формуванні споживчої поведінки.
5. Опишіть основні бізнес-моделі медіа-компаній.
6. Проаналізуйте вплив технологічних змін на структуру медіаіндустрії.
7. Розгляньте економіку медіареклами та сучасні тренди у цій сфері.
8. Оцініть рівень конкуренції та співпраці на ринку медіапослуг.
9. Поясніть особливості виробництва та розповсюдження медіаконтенту з економічної точки зору.
10. Охарактеризуйте основні джерела фінансування медіа та виклики, пов'язані з ними.
11. Розкрийте роль медіа у формуванні громадської думки з економічних питань.
12. Опишіть взаємодію медіа і політики в контексті економічного впливу.
13. Проаналізуйте, як новинні медіа впливають на фінансові ринки.
14. Поясніть значення економічної грамотності та роль медіа у її формуванні.
15. Охарактеризуйте роль медіа у створенні цінності брендів компаній.
16. Розгляньте соціальні мережі як платформи для економічної взаємодії.
17. Проаналізуйте вплив медіа на споживчий вибір і ринкові тренди.
18. Поясніть значення етики в медіа для економіки.
19. Опишіть роль медіа у кризових комунікаціях та подоланні економічних криз.
20. Охарактеризуйте перспективи та виклики майбутнього розвитку медіаіндустрії.
21. Поясніть, як медіа формують економічні настрої у суспільстві.
22. Розгляньте механізми впливу реклами на економічну поведінку споживачів.
23. Оцініть ефективність різних способів монетизації контенту в цифрових медіа.
24. Проаналізуйте, яким чином медіа підтримують інновації в економіці.
25. Розкрийте взаємозв'язок між розвитком технологій та змінами в медіаринку.
26. Поясніть, як медіа можуть впливати на політичні рішення в економічній сфері.
27. Охарактеризуйте роль журналістики в економічному розвитку країни.
28. Розгляньте вплив глобалізації на медіаіндустрію і економіку.
29. Поясніть, як медіа сприяють формуванню суспільної відповідальності бізнесу.
30. Проаналізуйте роль медіа у розвитку малого та середнього бізнесу.

Шкала оцінювання

Оцінювання результатів складання підсумкового контролю у вигляді заліку здійснюється у порядку, передбаченому прийнятою в Університеті системою контролю знань за 100-бальною шкалою з переведенням у лінгвістичну оцінку.

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 - 81	
67 -74	
60 - 66	
1 – 59	Незараховано (необхідне перескладання)

Критерії оцінювання результатів навчання:

60-100 балів (зараховано): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента в обсязі, необхідному для подальшого навчання і майбутньої роботи за фахом, здатний виконувати завдання, передбачені силабусом, ознайомлений з основною рекомендованою літературою; при виконанні завдань припускається помилок, але

демонструє спроможність їх усувати.

1-59 балів (незараховано): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента на елементарному рівні, теоретичний зміст курсу не освоєний, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених силябусом завдань не виконано або містять грубі помилки.

VI. Рекомендована література

1. Зражевська Н. І. Теорія медіа та суспільства : навч. посіб. К. : Київ: ун-т ім. Б. Грінченка, 2022. 198 с.
2. Медіаосвіта та медіаграмотність: навч.-метод. посіб. / Уклад. В. О. Мельничук. Умань : Візаві, 2023. 123 с
3. Чирак І. М. Економіка соціальних медіа : навчальний посібник. Тернопіль : ЗУНУ, 2023. 300 с.
4. Albarran A. The media economy. New York : Taylor & Francis, 2023. 208 p.
5. Elavarthi S., Chitrapu Media ecinimics and management. New York : Taylor & Francis, 2021. 134 p.